

双循环背景下原材料对产品市场认可度影响研究

——基于某地棉事件调查

贵 晴 颜冰艳 吴俊伟 邢刘萍 王婧妍

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】调研工作是我们开展深入学习实践科学发展观活动第一阶段活动的一个重要资料, 为了做好调研工作, 利用笔者所学的专业知识来制定计划、实施、并用理论来分析实践。通过某地棉事件, 致力于调查和研究原材料与市场认可度之间的关系, 同时, 在双循环的背景下, 我国的服装业面临着如何发展的问题。本文将某地棉事件作为大背景, 来研究在这个背景下原材料与服装市场认可度之间究竟有怎样的影响。本文通过文献查阅、统计分析来得出二者之间的关系。所得出的研究结论, 可以得出原材料与服装市场认可度之间确实存在相互作用, 可以为未来国产品牌的发展提供借鉴。与此同时, 本文对于原材料与服装市场认可度的关系研究, 也有助于丰富当下的国产品牌的研究内容和重心。

【关键词】某地棉事件; 原材料; 服装市场认可度

Research on the Influence of Raw Materials on Product Market Recognition Under the Background of Double Circulation

—Based on the investigation of a ground cotton incident

Gui Qing, Yan Bingyan, Wu Junwei, Xing Liuping, Wang Jingyan

Xi'an Peihua College, Xi'an, Shaanxi, China 710125

[Abstract] The research work is an important material for us to carry out the activities of the first stage of the in-depth study and practice of the Scientific Outlook on Development. In order to do a good job in the research work, we use the professional knowledge learned by the author to formulate plans, implement them, and use theories to analyze the practice. Through a certain ground cotton incident, we are committed to investigating and studying the relationship between raw materials and market recognition. At the same time, under the background of double circulation, my country's clothing industry is facing the problem of how to develop. This article takes a certain ground cotton incident as a background to study the impact of raw materials and clothing market recognition in this context. In this paper, the relationship between the two is obtained through literature review and statistical analysis. The research conclusions drawn can draw the conclusion that there is indeed an interaction between raw materials and clothing market recognition, which can provide reference for the development of domestic brands in the future. At the same time, the research on the relationship between raw materials and apparel market recognition will also help enrich the research content and focus of current domestic brands.

[Key words] A certain ground cotton incident; raw materials; clothing market recognition

【基金项目】 本文属于2021年度西安培华学院大学生创新创业训练计划项目和2021年陕西省大学生创新创业训练计划项目, 项目名称: 双循环背景下原材料对产品市场认可度影响的调查研究, 校级编号: PHDC2021009; 省级编号: S202111400043。

引言

我国前阵子发生的某地棉事件, HM 等外国服装品牌先后站出来发文抵制某地棉花, 抵制强制劳动。事件发酵之后, 我国各大媒体纷纷转载 HM 的发文并表明立场, 公众人物也立马站出来声称支持某地棉花并与相关国外品牌解约。各大电商纷纷下架该品牌产品, 网友也纷纷发声抵制购买这些品牌。原材料是影响消费者进行购买行为的重要因素。现有研究的重点大多集中在原材料的成本与定价, 很少考虑到原材料和服装市场认可度之间的关系。因此本文试图将原材料和服装市场认可度置于同一框架, 来探讨其二者之间的关系, 还有某地棉事件对服装市场认可度有什么样的影响。

1 某地棉事件概述

在2021年3月24日H&M发布了一条关于反对某地棉的声明, 声明中说到中国某地地区存在长期强迫劳动和其他侵犯人权的行为, 且只使用通过BCI认证的棉花。但早在2020年10月BCI就已宣布取消我国某地棉企业的认证^[1]。其后许多BCI旗下的外国服装品牌也纷纷发出声明拒绝使用某地棉。此事件在国内引起了很大的轰动, 在后面经过不断的发酵, 我国多位明星与所涉品牌进行解约, 并表明自己的立场。

因为在某地棉事件发生之前, 这些国际品牌如Nike、Adidas等的市场认可度非常高, 所以不可避免地会存在一些盲目跟风的人, 所得到的回答较大可能受主观因素的影响。但是在某地棉事件发生后, 很明显的现象是大家都去抢购国产品牌的产品。孙冰(2021)提出“某地棉事件”引爆国潮消费崛起的“李宁们”能乘风翻盘吗?^[2]唐涛(2021)解释了某地棉事件背后的真正原因, 并预测了国产服装产业发展前景。也有一些专家对服装原材料进行了深度的讲解。但是目前缺少将某地棉事件与原材料和服装市场认可度结合在一起来研究。所得到的结论, 可以证实这三者之间存在的具具体关系。其中, 研究的具体问题如下: 国人针对原材料对服装市场认可度的评价情况, 某地棉事件后国人对H&M等快销品牌的购买情况。

2 国内服装业现状

在某地棉事件发生之前, 广大民众会存在一种观念是: 进口外国的产品就是好的。因此更倾向于购买国际产品如Nike、Adidas等, 从而也会缺少对国内产品的关注。但是在某地棉事件之后, 笔者在西安多家商场发现, 因为此次“某地棉事件”, 原本客流量很大的耐克、阿迪达斯的店铺变得门庭冷落。

落,而李宁、安踏、回力等国货品牌则出现排队和商品售空的状况。此事件也引爆了一波消费者对国货高涨的消费热情,喊出“给国货排面,买起来”的口号。不少网友自发在社交平台“安利”各个品类的“国货之光”,“真的一点儿不比国外大牌差,还物美价廉”。一位第一次购买中国李宁产品的消费者告诉记者,之前确实购买耐克等国外品牌比较多,因为此次“某地棉事件”才产生想要购买李宁的想法。但她没想到,现在国货的设计很潮流,做工也非常好,而且还融合了中国元素,很有个性。

国内产品近几年都在努力提高产品质量,回归初心,专注于消费者的体验。将服装的原材料作为基础,并在此基础上寻求款式的多样性。任何一个名牌产品和名牌企业为了保证品牌质量,对原材料都有严格的要求,这是保证市场认可度的基本条件。创建于1702年的“同仁堂”老字号为什么声名远播,历时近300年不衰且日益发展,有很大的一个原因是始终坚持选料上乘。同仁堂从一开始就十分重视药材的品质,如人参必用吉林的,陈皮要用新会的,大黄要用西宁的,蜂蜜要用河北兴隆的,等等。由于药材选用优质的品种,这就保证了炮制的成药质量优良。

3 某地棉事件和原材料对产品市场认可度影响的调研

结合某地棉事件和原材料对产品市场认可度影响的问题编制调查问卷。首先确定调查研究主要因素即面料;其次设计调查对象的基本信息(性别、年龄段等)、对某地棉事件的了解程度、有无服装面料偏好、是否还会选择曾抵制某地棉的国际品牌等选择题以及现阶段最喜欢的服装品牌这一开放性题目,问卷共计有8个题目。本次问卷发放对象主要为大学生和中老年群体,年龄为18-30岁之间的青年人群体(其主要为大学生),占总人数的77%;其次是31-60岁之间的中老年群体,占总人数的17%;而18岁以下占比仅6%。

此次调查通过问卷星平台创立问卷,受访者通过电脑或者手机答题的方式进行填写。问卷面向主要调研群体进行发放,共发出问卷631份,回收有效问卷530份,有效率为84%。以下是对问卷调查部分调查结果的数据分析:针对消费者调研了其购买服装的影响因素,具体见图1:

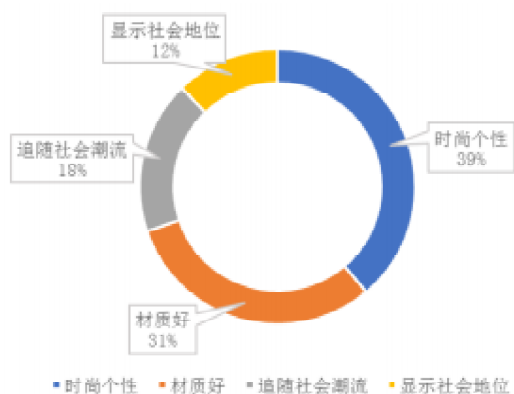


图1：购买服装的影响因素

由图1可知,有将近四成的消费者购买服装受其的时尚与个性的影响,有31%的消费者是出于考虑材质而进行服装的消费。笔者在线下店铺周围随机对路人进行提问,发现大多是中年人对品质追求比较高,消费的原则始终是质量为上。

由图2的数据,可以看到有443个人表示会减少对所涉品牌的购买次数,有143个人表示不再购买抵制某地棉品牌;不过也有45个人表示不受影响,会继续购买;综上数据,仍有一小部分人仍会购买所涉品牌,这也可以看出,国货品牌消费的崛起不能只靠爱国情怀,而需要国货提升在产品力、品牌力、创新力等方面的能力,这样才能真正留住更多的消费者。消费者对国货的热情空前高涨,但问题也随之出现,比如李宁鞋子

溢价的问题,激起了不少消费者的反感。且在2021年10月份时,笔者到线下店铺去调研,发现Adidas和Nike在做一些大促销,此时依旧有很多国人在购买;而国产品牌李宁、特步等店铺的客流量虽然没有某地棉事件刚发生时多,但是比某地棉事件前的平常客流量状况要好很多。也可以借此说明,某地棉事件对国内服装市场认可度有着积极的作用。

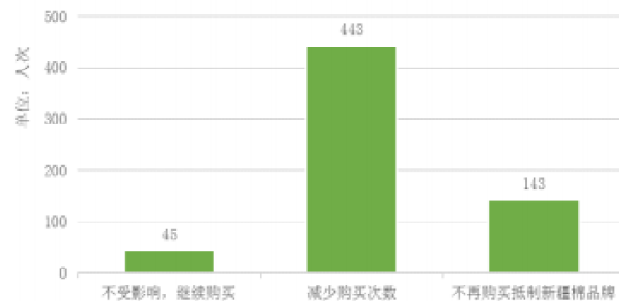


图2：某地棉事件后民众对所涉品牌的态度

4 原材料与服装市场认可度的影响

4.1 原材料与服装市场认可度的关系

回归消费的本质,广大消费者进行消费的初衷是穿着舒服、体验感佳,因此商家为了满足广大消费者的期望,会认真的把好质量这关,当消费者身穿舒适的服装时,容易产生愉悦的心情,因此会对该服装品牌有着认可的态度。在服装的质量过关时,消费群体才会考虑其他款式、设计等需求。

4.2 某地棉事件对服装市场认可度的调节作用

在某地棉事件发生之前,广大消费者对国际品牌的消费动机是出于产品质量,不但舒服,而且很耐穿。人们不愿意去消费国内品牌也有这方面原因,在前几年国内产品的质量是不确定的。而在某地棉事件过后,把“采用某地棉”印在产品标签上的李宁迅速登上热搜,这也引爆了一波消费者对国货高涨的消费热情,人们开始愿意尝试去接受国内品牌、为国内品牌去买单。即使部分消费者原本对某些国际品牌如Nike、Adidas等非常热爱,但是当这些品牌抵制了自己的国家的某地棉时,此时个人的爱国心会非常的浓厚。

4.3 原材料的等级对服装市场认可度有决定性的影响

这说明原材料的等级对广大消费者在进行消费行为时的影响是非常大的。快消品牌可以在短时间内崛起的原因也包括这个,服装质量有保证,且定价为中等水平,可以被广大消费者所接受。特别是在2021年10月份,在某地棉事件过去的7个月后,这个品牌的流量依旧不减,更能说明这个道理,服装质量才是硬道理。某地棉事件对服装市场认可度具有强化作用,在某地棉事件刚发生后,广大明星以及网友纷纷声称抵制涉及该事件的品牌,并支持国产品牌,我国广大消费者爱国情怀的体现也加强了对服装市场认可度的影响。

5 结论

本文选取了在我国陕西省西安市线下的31家H&M、ZARA等快消费品牌门店为研究样本,调研了这些店铺从2021年4月至10月的客流量状况以及消费者对这些品牌的看法。探索了某地棉事件、原材料和服装市场认可度三者之间的关系,这弥补了原材料和某地棉事件对市场认可度的影响的忽略,但是本文的研究还存在调研地区、调研的总量等局限性,期待后来的研究者能够完善。

参考文献:

- [1] 朱华平. 推动我国棉花产业高质量发展的建议[J]. 中国农村科技, 2021 (7): 48-51.
- [2] 孙冰. 崛起的“李宁们”能乘风破浪吗? [J]. 中国经济周刊, 2021 (07): 43-44.